

ITALIA, stivale da corsa.

MILANO 30/09/14 - AUDITORIUM ASSOLOMBARDA



I KIBS E IL VALORE ITALIA

MAURIZIO PESSATO
Vice presidente Assirm



CONFINDUSTRIA
i n t e l l e c t

Italia – Stivale da Corsa

ITALIA
stivale
da corsa



Le imprese, definite KIBS (Knowledge Intensive Business Services), intervenendo attivamente in tutte le fasi della catena del valore, non solo contribuiscono alla competitività delle imprese clienti, ma ne promuovono la capacità innovativa, lo sviluppo tecnico e manageriale.

Le nostre imprese, quindi, costituiscono una parte importante dell'azione di rilancio dell'Italia; e lo fanno stimolando degli approcci innovativi ai diversi mercati, svolgendo la funzione di knowledge gatekeepers, muovendosi, in modo crescente, come sistema.

Il nostro settore può collaborare al buon risultato dell'EXPO 2015 e, conseguentemente, all'affermazione delle imprese italiane nel mondo. I 144 Paesi che aderiscono all'evento internazionale dovranno cogliere tutto il valore del prodotto italiano e del sistema Italia.

I KIBS mettono tutta la loro competenza e energia nella valorizzazione dell'Italia e dei suoi produttori per garantirne una ripresa economica che passa per l'affermazione del prestigio del Paese, per la crescita dell'export e per una migliore offerta al consumatore interno.

L'Italia

ITALIA
stivale
da corsa



Lo scenario complessivo nel quale si muove l'Italia è ancora negativo; i dati macroeconomici principali lo dimostrano.

Tuttavia non mancano tante luci e il Paese è dotato di un grande potenziale.

- Metteremo a fuoco, in prima battuta, una serie di dati per ricostruire il contesto.
- Successivamente descriveremo la funzione dei KIBS in questa situazione.
- Tratteremo, poi, il potenziale italiano e alcune opportunità da cogliere.

L'Italia

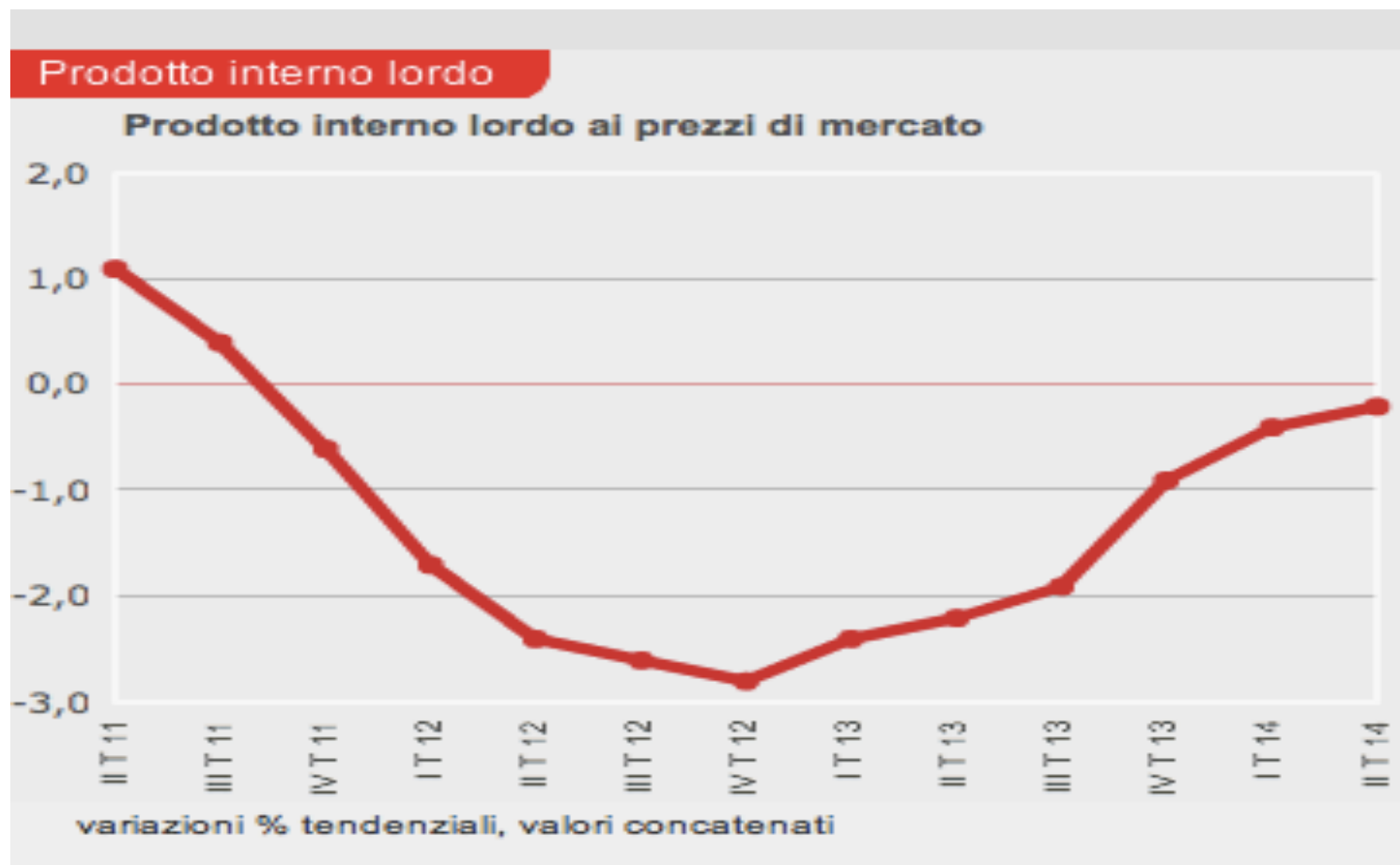
ITALIA
stivale
da corsa



- Il primo semestre del 2014 si è chiuso con una riduzione dell'attività economica determinata dal contributo negativo degli investimenti e della produzione e da una tenuta dell'export. Il tasso di occupazione non risale.
- Le recenti indicazioni provenienti dalle inchieste su famiglie e imprese confermano l'attuale fase di debolezza del sistema economico. Le previsioni per l'intero 2014 indicano una sostanziale stagnazione dell'economia che risentirebbe, come in altri paesi europei, della mancata ripresa degli investimenti.
- I consumi mostrerebbero una dinamica molto debole. Il proseguimento delle tensioni politiche internazionali potrebbe diminuire la vivacità della domanda estera, condizionando le prospettive delle esportazioni.

L'Italia

ITALIA
stivale
da corsa



Fonte: ISTAT



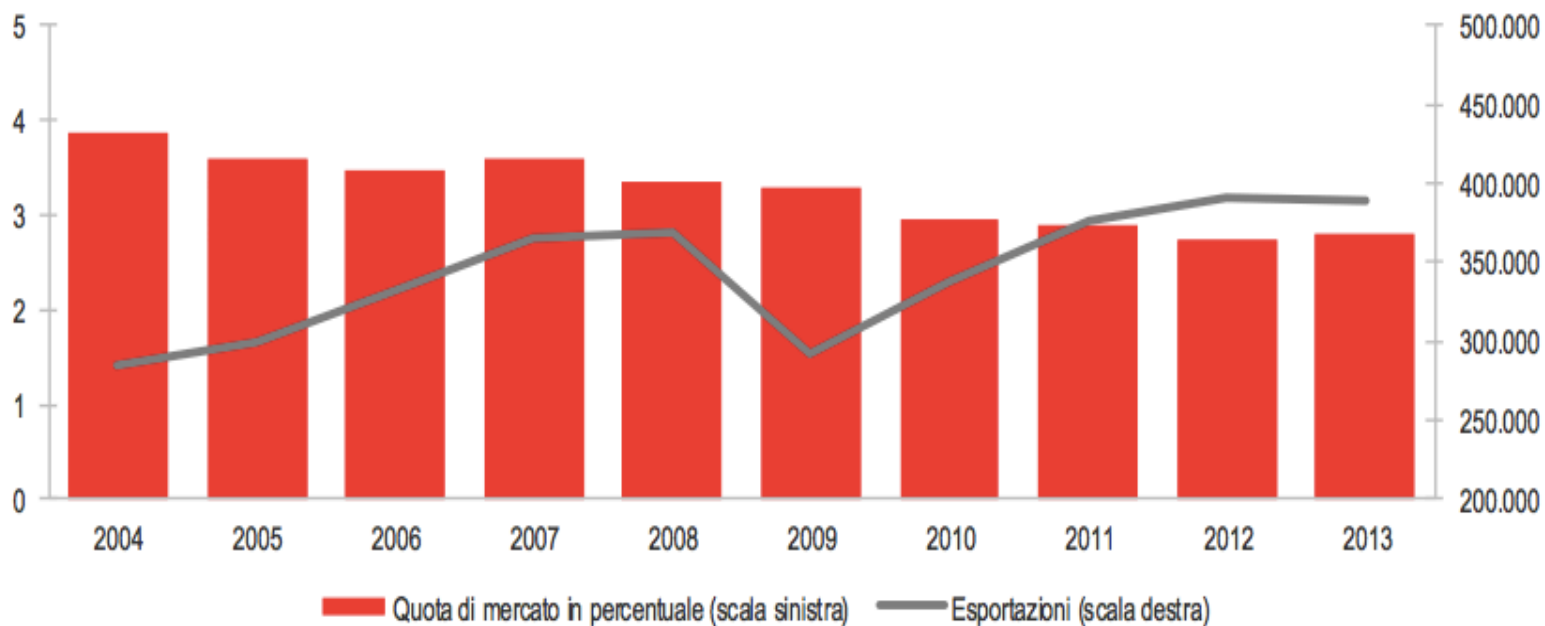
FACTS and DATA		ITALY	EU28
ECONOMY & PUBLIC FINANCE			
GDP per capita (€)	2013	25 600	25 700
Annual inflation rate (%)	May 2014	0.4	0.6
Hourly labour costs level (€)	2013	28.1	23.7
Government surplus/deficit (% of GDP)	2013	-3.0	-3.3
Government gross debt (% of GDP)	2013	132.6	87.1
Tax burden (tax to GDP ratio - %)	2012	44.0	39.4
Gross business investment rate (%)	2013	19.6	19.1
Gross business profit share (%)	2013	39.2	37.0
Gross household saving rate (%)	2013	12.9	10.9
POPULATION & SOCIAL CONDITIONS			
Population density (per km ²)	2012	201.8	116.3
Share of population aged 65 or over (%)	2013	21.2	18.2
Life expectancy (years)	2012	82.4	80.3
Fertility rate (children per woman)	2012	1.43	1.58
Unemployment rate (Total - %)	April 2014	12.6	10.4
Employment rate (20-64 years - %)	2013	59.8	68.3
At-risk-of-poverty or social exclusion rate (%)	2012	29.9	24.8
Tertiary educational attainment (30-34 years - %)	2013	22.4	36.8
ENVIRONMENT & ENERGY			
Share of renewables in final energy consumption (%)	2012	13.5	14.1
Energy dependency (%)	2012	80.8	53.4
SCIENCE & TECHNOLOGY			
Households having internet broadband connections (%)	2013	68.0	76.0
R&D expenditure (% of GDP)	2012	1.27	2.07



Nel 2013, la quota di mercato dell'Italia sulle esportazioni mondiali di merci, misurata in dollari, risulta pari al 2,79%, in aumento rispetto al 2012 (2,74%)

ESPORTAZIONI DELL'ITALIA E QUOTA DELL'ITALIA SULLE ESPORTAZIONI MONDIALI

Anni 2004-2013, valori in milioni di euro e quote in percentuale (elaborazioni su dati Istat e FMI)





CONFINDUSTRIA

i | n | t | e | l | l | e | c | t

I KNOWLEDGE INTENSIVE BUSINESS SERVICES



I knowledge intensive business services

I KIBS possono essere definiti come servizi che sottendono una robusta conoscenza professionale e che forniscono fonti primarie di informazione rese operative.

Producono, inoltre, un'integrazione della conoscenza del cliente generando dei processi positivi, del management di qualità e delle attività a maggior valore ed efficacia.

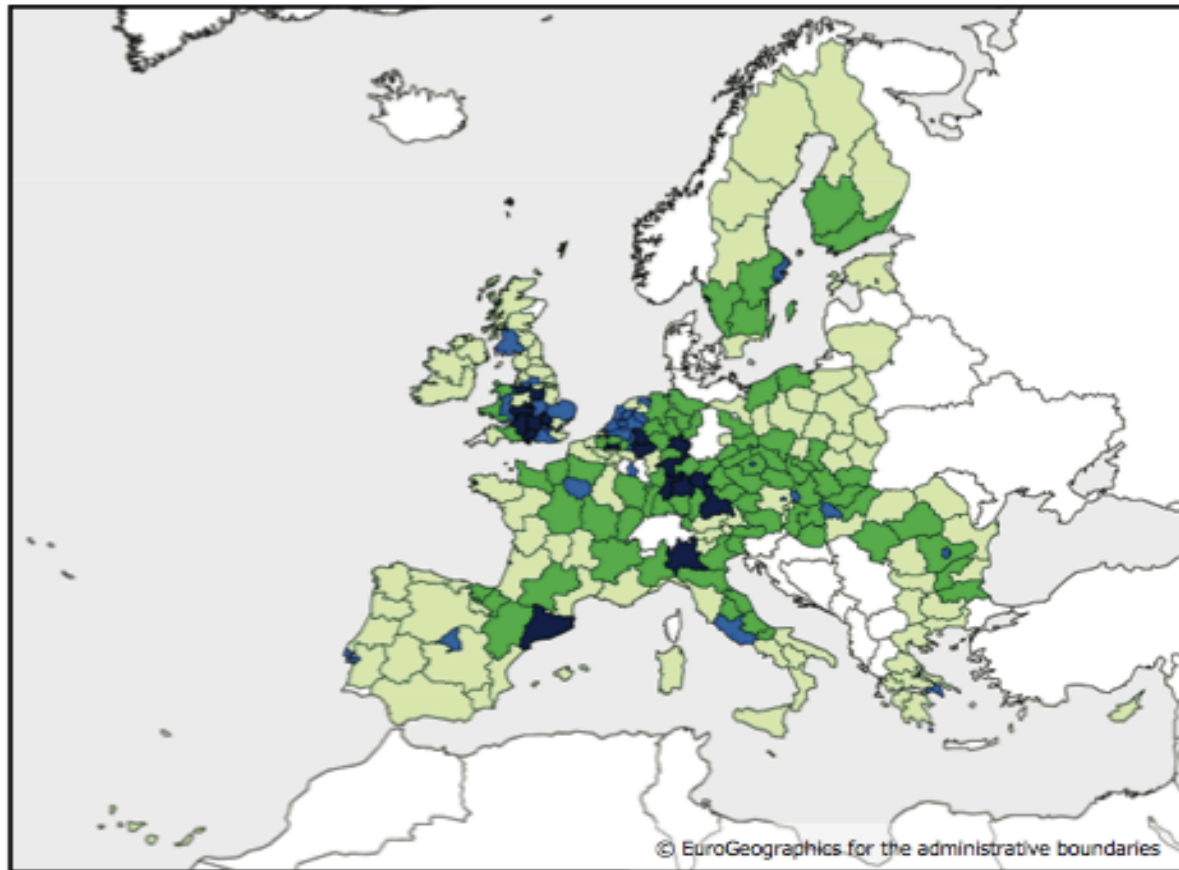
I KIBS sono piuttosto eterogenei e il capitale umano è essenziale per il successo di questo genere di società. Le principali caratteristiche alla base del loro lavoro sono: l'interdisciplinarietà, il team, l'attitudine all'innovazione, la cooperazione tra i diversi attori.

Non si può non segnalare che, nei prossimi decenni, per stare al passo con il confronto internazionale, saranno necessarie persone con un alto livello di studi e preparazione.

Questa visione, peraltro largamente in atto, richiederà un impegno di grande portata a favore dell'istruzione, della formazione e dell'aggiornamento.

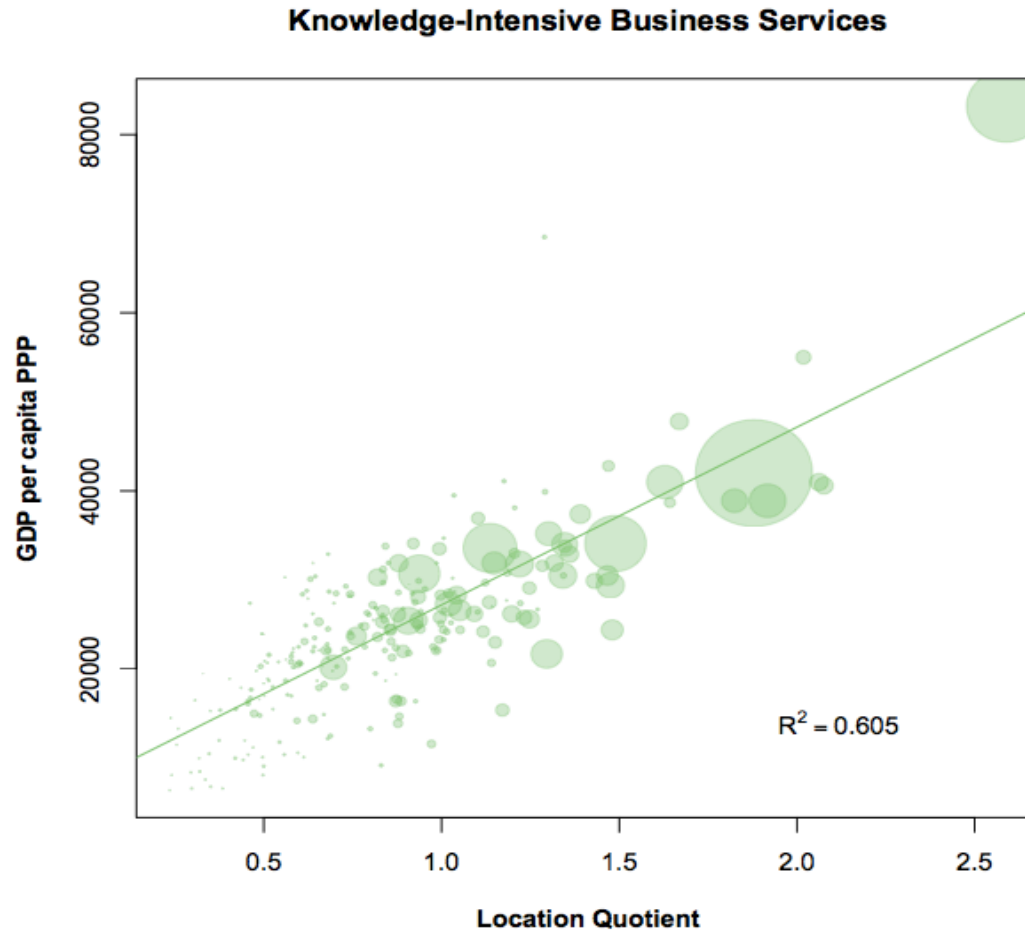
I knowledge intensive business services - distribuzione

ITALIA
stivale
da corsa



I knowledge intensive business services - incidenza

ITALIA
stivale
da corsa





CONFINDUSTRIA

i | n | t | e | l | l | e | c | t

IL POTENZIALE DEL PAESE

L'Italia

ITALIA
stivale
da corsa



Viene, ora, presa in considerazione la potenzialità che il nostro paese trattiene in sé. E che come KIBS vorremmo contribuire a liberare e impiegare al meglio.

Il nodo è lavorare a un “sistema Italia” e non solo ad alcune parziali, seppur fondamentali, rappresentazioni; o, ancora meno, fermarsi a degli stereotipi.

I KIBS, integrando progressivamente il loro lavoro intendono partecipare attivamente a questo impegno di generare sviluppo di qualità.

- l'export, il turismo e i consumi interni sono gli obiettivi per il rilancio
- Il terreno di elezione sul quale porre le basi dell'azione è quello del “nation branding” e del made in Italy
- un attore importante è l'EXPO 2015

L'Italia e l'export

ITALIA
stivale
da corsa



Nei primi mesi del 2014 si osserva, rispetto allo stesso periodo del 2013, un aumento della quota italiana sul totale delle esportazioni intra-Ue (dal 7,3% al 7,4%). Anche verso i paesi extra-Ue la quota delle vendite italiane su quelle dei paesi europei è aumentata, passando dal 10% al 10,2%.

Il dato cumulato relativo ai primi sei mesi del 2014 rispetto allo stesso periodo del 2013 mostra un aumento dell'export italiano dell'1,3%, con delle divaricazioni interne per area e prodotti. Ad agosto il trend segna un +0,9%.

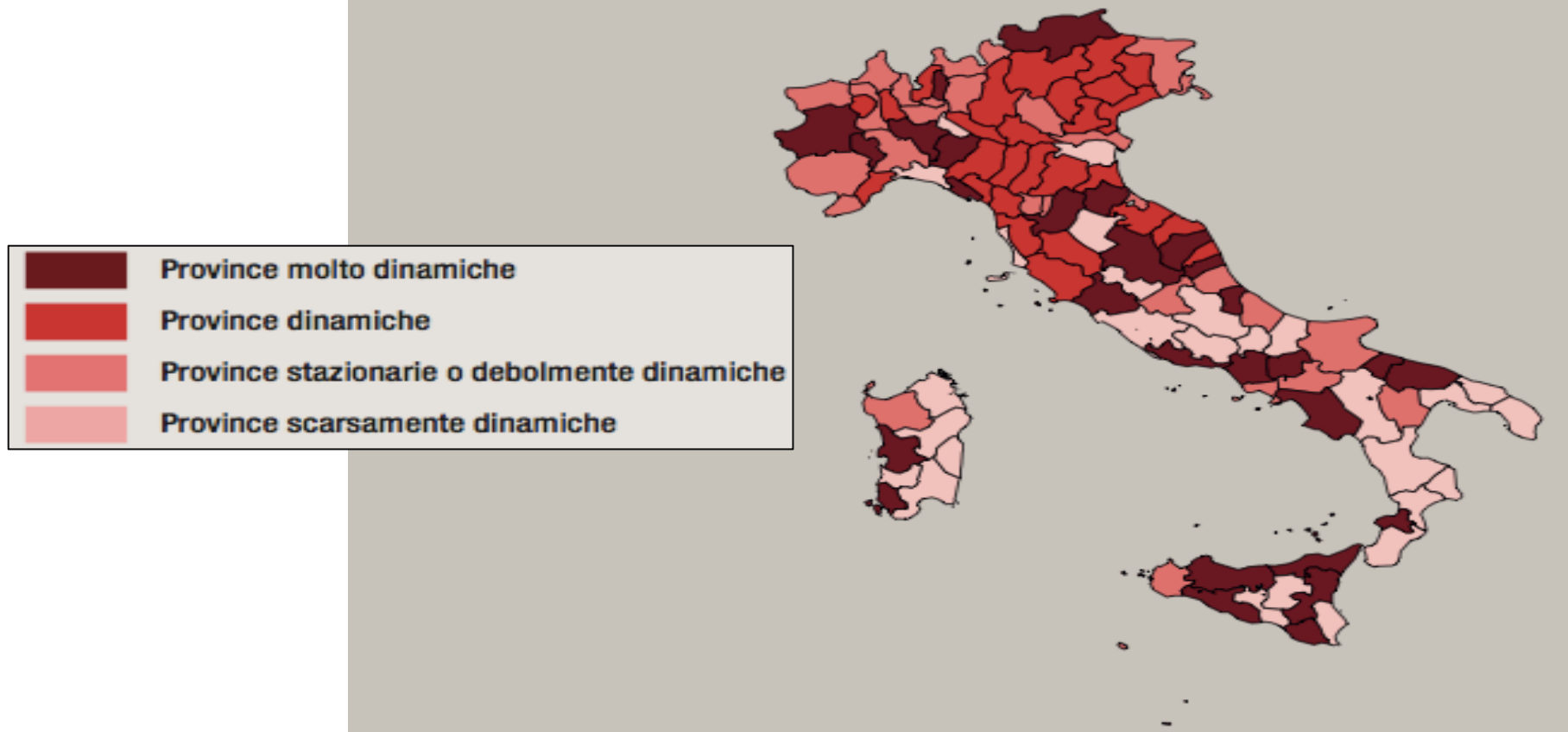
L'export italiano non ha, però, ancora ripreso i valori del 2012.

L'Italia e l'export

ITALIA
stivale
da corsa



Esportazioni nazionali per provincia
Anno 2013



L'Italia e l'export

ITALIA
stivale
da corsa



- Macchinari ed apparecchi n.c.a.
- Metalli di base e prodotti in metallo, esclusi macchine e impianti
- Articoli in gomma e materie plastiche, altri prodotti della lavorazione di minerali non metalliferi
- Prodotti tessili, abbigliamento, pelli e accessori
- Prodotti delle altre attività manifatturiere
- Legno e prodotti in legno; carta e stampa Computer, apparecchi elettronici ed ottici
- Apparecchi elettronici ed ottici
- Mezzi di trasporto
- Apparecchi elettrici
- Prodotti alimentari, bevande e tabacco
- Sostanze e prodotti chimici
- Prodotti dell'agricoltura, della silvicoltura e della pesca
- Prodotti dell'estrazione di minerali da cave e miniere
- Articoli farmaceutici, chimico-medicinali e botanici
- Coke e prodotti petroliferi raffinati

L'Italia e il turismo internazionale

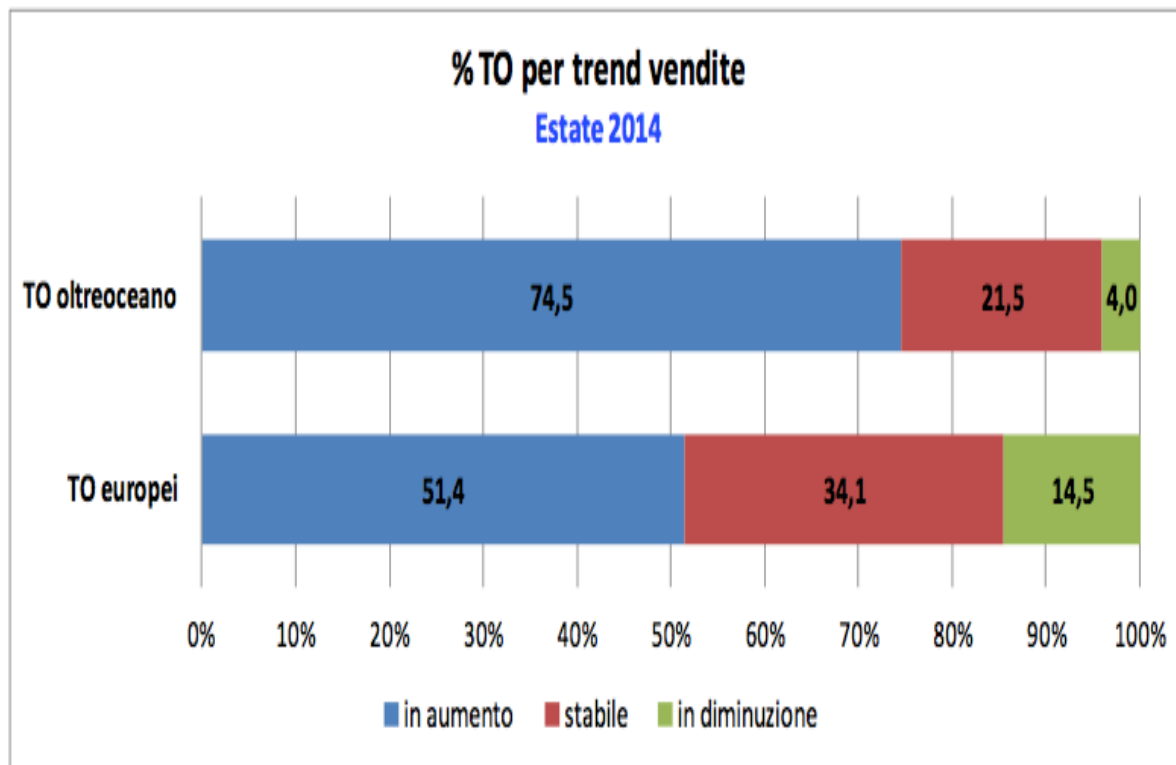
ITALIA
stivale
da corsa



- Il 2014 si apre con un ulteriore aumento dei flussi turistici: secondo i primi dati dell'Organizzazione Mondiale del Turismo, nei mesi di gennaio e febbraio il turismo internazionale ha avuto una crescita del 5% rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente. Asia e Pacifico registrano il maggior incremento (+7%), seguono America ed Europa (+6%).
- Tale andamento è perfettamente in linea con l'ottima performance registrata dal turismo internazionale nel 2013 sia sul fronte degli arrivi che degli introiti monetari.
- Con un incremento del 5%, gli arrivi internazionali sono stati pari a 1,087 miliardi; la crescita è marcata per Asia e Pacifico (6,2%), seguono Europa e Africa (+5,4%), Americhe (+3,2%) e Medio Oriente che presenta una variazione negativa (-0,2%).
- Gli introiti hanno fatto registrare un +5,3% e hanno toccato quota 1.159 miliardi di dollari (cui si possono aggiungere 218 miliardi di dollari del traffico aereo internazionale).
- L'Europa detiene il 42% della spesa turistica internazionale e ha visto nel 2013 la maggiore crescita in termini assoluti (+35 miliardi di dollari); Asia e Pacifico hanno avuto invece la maggior crescita in termini percentuali (+8%), seguono Americhe (+6%) ed Europa (+4%).

L'Italia e il turismo

ITALIA
stivale
da corsa



Fonte: Indagine presso i tour operator, ENIT 2014

Il settore allargato
dei viaggi e del
turismo vale
complessivamente:

- ✓ il 10,3 % del PIL
- ✓ l'11,7 % degli occupati

Il sistema Italia

ITALIA
stivale
da corsa



E' stato il ricercatore americano Simon Anholt a proporre per primo il concetto di "nation branding" Anholt ha dimostrato che una forte identità e una positiva reputazione creano valore aggiunto per la competitività globale di un territorio e contribuiscono ad attivare un circolo virtuoso di sviluppo.

Accanto a questo riferimento:
Il Country Brand Index



Il sistema Italia

ITALIA
stivale
da corsa



L'Italia si conferma il primo Paese per numero di riconoscimenti Dop, Igp e Stg conferiti dall'Unione europea (Ue). I prodotti agroalimentari di qualità riconosciuti al 31 dicembre 2013 sono 261 (13 in più rispetto al 2012);

Fonte: Eurostat

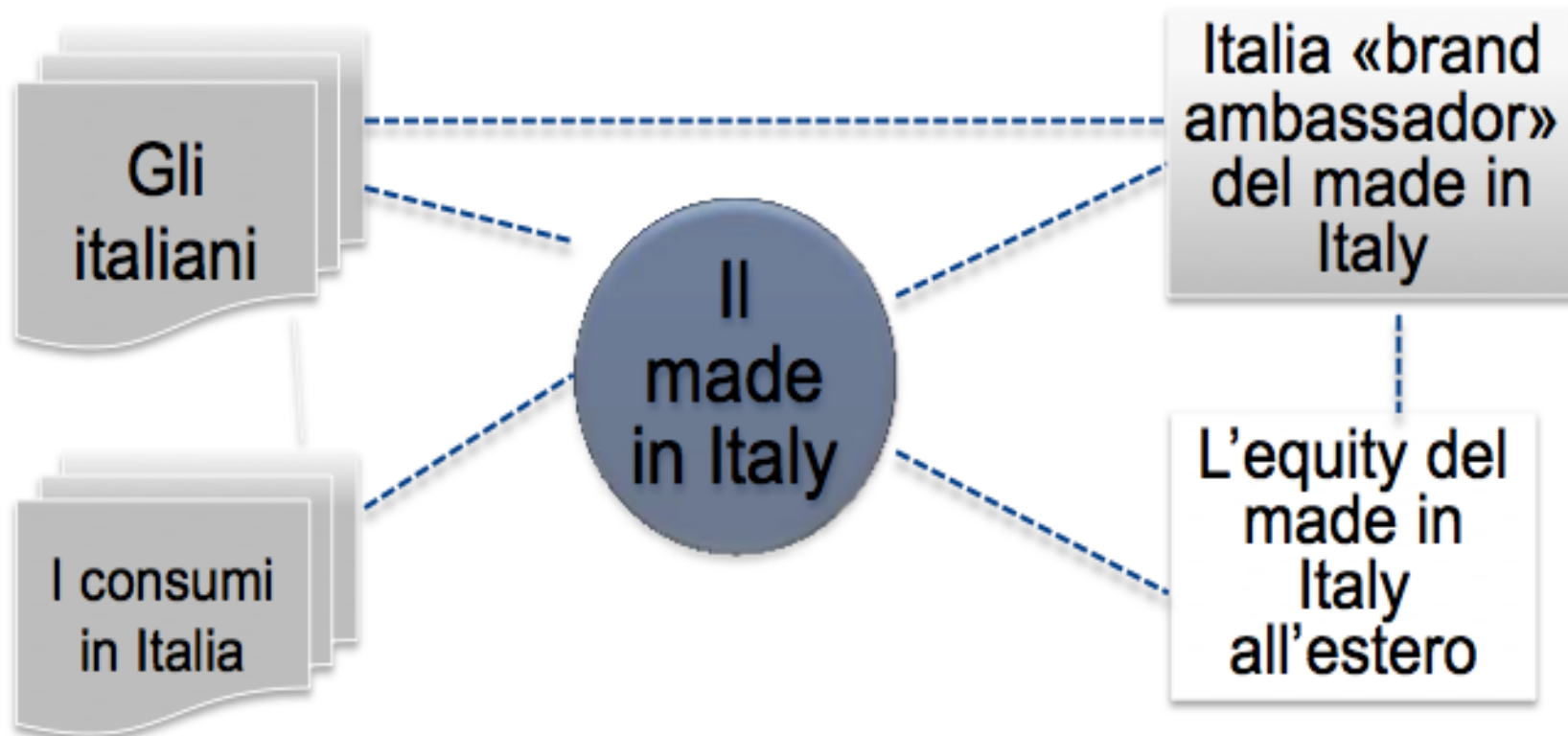
Overall Brand Ranking 2013 - Top 10 of 50 Nations

1	United States
2	Germany
3	United Kingdom
4	France
5	Canada
6	Japan
7	ITALY
8	Switzerland
9	Australia
10	Sweden

Fonte: CBI

Il sistema Italia

ITALIA
stivale
da corsa



Il sistema Italia

ITALIA
stivale
da corsa



LE COMPONENTI DELL'IMMAGINE-PAESE

IL PATRIMONIO DI NATURA E CULTURA

- LE MONTAGNE, I LAGHI, IL MARE
- LE CITTÀ D'ARTE
- LA VARIETÀ DI PAESAGGI E CULTURE

IL CARATTERE DEGLI ITALIANI

- CALORE
- SIMPATIA
- OSPITALITÀ

IL SISTEMA-PAESE

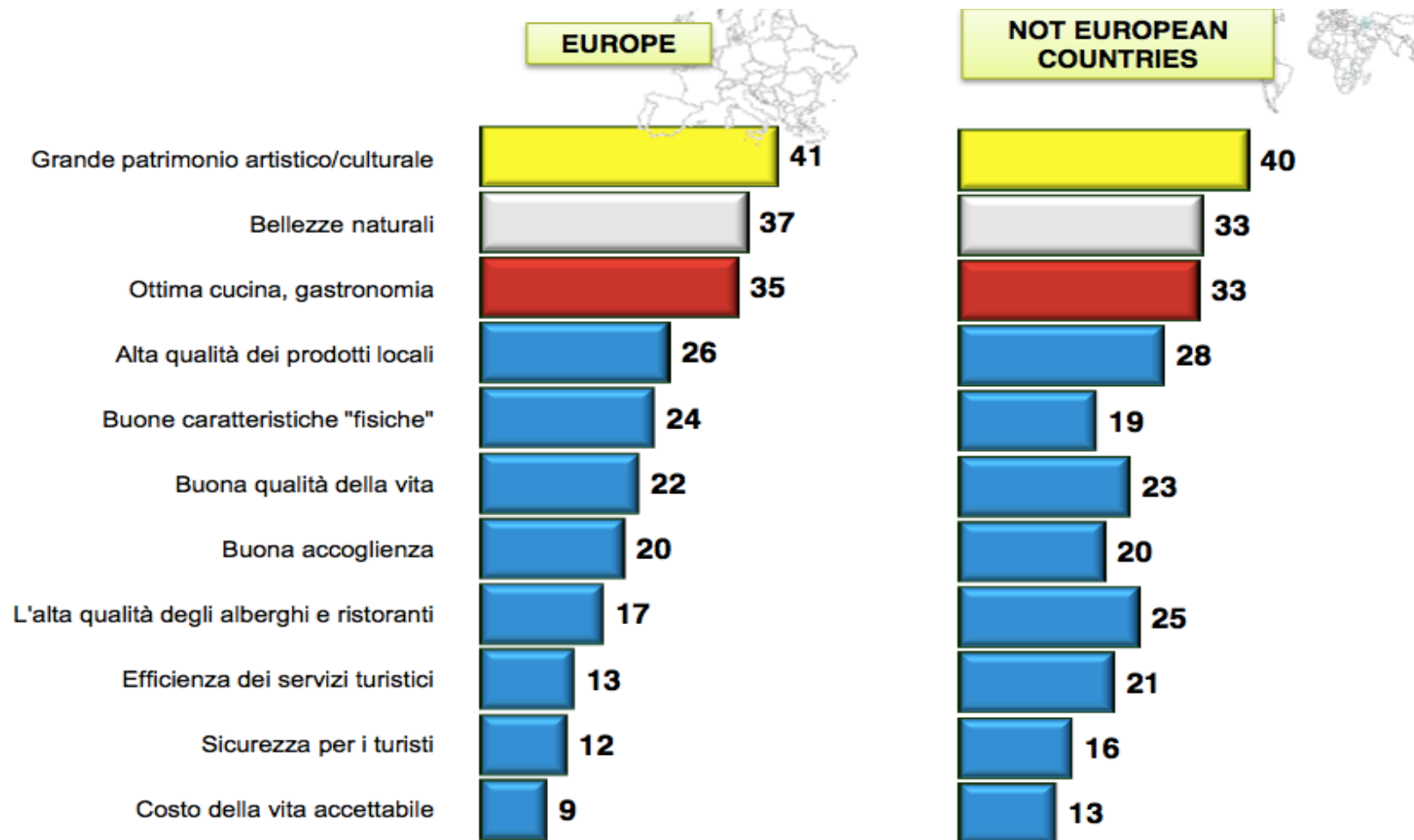
- ORGANIZZAZIONE/EFFICIENZA
- QUALITÀ DI INFRASTRUTTURE E SERVIZI
- SICUREZZA

IL "MADE IN ITALY"

- ALIMENTARE/VINI
- ABBIGLIAMENTO/MODA
- ARREDAMENTO/DESIGN

Il sistema Italia

ITALIA
stivale
da corsa



Fonte: Indagine GfK Eurisko per Expo 2015 (2013)

L'Italia e l'Expo

ITALIA
stivale
da corsa





CONFINDUSTRIA

i | n | t | e | l | l | e | c | t

I KIBS E IL VALORE ITALIA